

## Antwort

der Landesregierung  
auf die Kleine Anfrage Nr. 844  
der Abgeordneten Christina Schade  
AfD-Fraktion  
Drucksache 6/1988

### Kulturtourismus in Brandenburg

Wortlaut der Kleinen Anfrage Nr. 844 vom 07.07.15:

Kultur stiftet Identität. Deshalb ist es wichtig, sie zu erhalten und zu erschließen. Brandenburg verfügt über eine reiche und vielfältige Kulturlandschaft, Sehenswürdigkeiten, historische Orte, Plätze und Gebäude. Dementsprechend kann der Tourismus in Brandenburg hiervon stark profitieren.

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Akteure der administrativen Ebene nehmen die Aufgaben der Entwicklung des Kulturtourismus federführend wahr?
2. Inwieweit arbeiten o. g. Akteure daran, das Marketing besonders von ressourcenschwachen Veranstaltern und Anbietern zu unterstützen?
3. Welche Kooperationen oder Projekte zwischen Veranstaltern und Anbietern der Kultur und des Tourismus sind beispielhaft?
4. Wie erfolgt eine Vernetzung in den Themenfeldern Tourismus und Kultur?
5. Wie sind die kommunalen Vertreter vor Ort eingebunden und ist dabei eine flächendeckende Vernetzung gewährleistet?
6. Wie bewertet die Landesregierung die bisherige Vernetzung? Gibt es hier Verbesserungsbedarf?
7. Wie hoch war der prozentuale Anteil des Kulturtourismus an der gesamten Tourismusförderung des Landes?
8. Gibt es Schwerpunkte bei der Förderung des Kulturtourismus?
9. Welche kulturellen Einrichtungen oder Veranstaltungen erachtet die Landesregierung für besonders wichtig für den Tourismus in Brandenburg?

Namens der Landesregierung beantwortet die Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kultur die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1: Welche Akteure der administrativen Ebene nehmen die Aufgaben der Entwicklung des Kulturtourismus federführend wahr?

zu Frage 1: Innerhalb der Landesregierung sind MWFK und MWE federführend mit der Entwicklung des Kulturtourismus befasst. Weitere Akteure sind das MIL und das MLUL.

Frage 2: Inwieweit arbeiten o. g. Akteure daran, das Marketing besonders von ressourcenschwachen Veranstaltern und Anbietern zu unterstützen?

zu Frage 2: Bei der Vermarktung kulturtouristischer Angebote im Land Brandenburg sind im Auftrag der Landesregierung die Institutionen „Kulturland Brandenburg“ und „Kulturfeste“ sowie die Landesgesellschaft TMB – Tourismus Marketing Brandenburg GmbH tätig. Diese Institutionen stehen auch kleineren Anbietern offen, sofern sich die kulturtouristischen Produkte dieser Anbieter der Markenstrategie der TMB zuordnen lassen. In den Regionen des Landes sind darüber hinaus verschiedene Akteure mit dem Kulturtourismus-Marketing befasst, die auch kleinere Anbieter berücksichtigen. Dazu zählen insbesondere die regionalen Tourismusverbände, die Kreis- und Kommunalverwaltungen sowie regionale kulturtouristische Netzwerke.

Frage 3: Welche Kooperationen oder Projekte zwischen Veranstaltern und Anbietern der Kultur und des Tourismus sind beispielhaft?

zu Frage 3: Die Landesregierung kann nur für den öffentlich geförderten Kultursektor antworten, nicht für erfolgreiche privatwirtschaftliche Kooperationen (z.B. „Brandenburgische Sommerkonzerte“, „Schlössernacht“ Potsdam). Zu den beispielhaften Kooperationen zwischen kulturellen und touristischen Anbietern zählen unter Netzwerkaspekten

- die jährlichen Themenjahre der Kampagne „Kulturland Brandenburg“ (Träger: Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH),
- die „Kulturfeste Brandenburg“ (Träger: Kulturfeste Brandenburg e.V.),
- das Netzwerk Kulturtourismus Seenland Oder-Spree (Träger: Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V. und CTA Kulturverein Nord e. V.)
- die „Kulturreisen in Brandenburg“ unter dem Dach der TMB, wie
  - die „Brandenburger Schlösserfahrten“
  - die „Märkische Schlösser-Radtour“
  - „Potsdam - Stadt der Schlösser und Gärten“
  - „Preußisches Arkadien – Auf den Spuren der Vergangenheit Brandenburgs“
- Die Kampagne „Tag der Offenen Ateliers“ (Träger: Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH),
- Das „Sommertheater in den historischen Stadtkernen“ (Träger: AG Städte mit historischen Stadtkernen e.V.)
- die Angebote der Industriekultur und Technikmuseen des Landes (Träger u.a.: Museumsverband Brandenburg e.V., ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur - c/o Tourismusverband Lausitzer Seenland e. V.)
- Netzwerk Klosterland (Träger: Klosterland e.V.)

sowie als Einzelprojekte:

- Havelländische Musikfestspiele (Tourismuspreis 2015 des Landes Brandenburg, Träger: Havelländische Musikfestspiele gGmbH, Schloss Ribbeck)
- Ziegeleipark Mildenberg (Träger: WInTO GmbH - Wirtschafts-, Innovations- und Tourismusförderung Oberhavel GmbH, Niederlassung Ziegeleipark)
- Seefestival Wustrau (Träger: Seefestival Wustrau Altfriesack e.V.)
- „Kranhaustour Wittenberge“ (Träger: Stadt Wittenberge)
- „Kochende Gärten“ (Träger: LandKunstLeben e.V. Steinhöfel)
- „Schöllerfestspiele“ (Träger: Amt Neustadt / Dosse)
- „Ribbecker Sommernacht“ (Träger: Kulturverein Ribbeck e.V.)
- „Dorf macht Oper“ (Träger: FestLand e.V. – Plattenburg/Klein Leppin)

- Barockfeste, Operngala, „Der singende See“, „Rheinsberger Pfingstwerkstatt Neue Musik“ (Träger: Musikkultur Rheinsberg gGmbH, Musikakademie Rheinsberg, Kavalierhaus der Schlossanlage)
- „Brandenburger Klostersommer“ (Träger: event-theater e.V. Brandenburg a.d. Havel)
- „Choriner Musiksommer“ (Träger: Choriner Musiksommer e.V.)
- „Neuzelle Kultur“, „Oper Oder Spree“, „Himmlisches Theater“ (Träger: Stiftung Stift Neuzelle“)
- „Bebersee Festival“ (Träger: Uckermärkische Kulturagentur gGmbH)
- „Theatersommer Netzband“ (Träger: Förderverein Temnitzkirche e.V.)
- „Szenische Führungen – Aus der Zeit gefallen. Lebendige Zeitreisen mit Persönlichkeiten des preußischen Hofes“ (Träger: SPSG – Stiftung Preußische Schlösser und Gärten)
- „Theatralische Rundgänge im Fläming“ (Träger: Archäologisches Landesmuseum Brandenburg)
- Radpauschale „Königstour im Oderland“ (Träger: Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V.)
- „Internationaler Kunstwanderweg Hoher Fläming“ (Träger: Naturparkverein Fläming e.V.)
- „Fahrrad-Konzert“ Potsdam (Träger: Musikfestspiele Potsdam Sanssouci GmbH)
- „Inselleuchten – Marienwerder“ (Träger: Kulturreich Barnim e.V.)

Frage 4: Wie erfolgt eine Vernetzung in den Themenfeldern Tourismus und Kultur?

zu Frage 4: Im Rahmen der Entwicklung einer gesamttouristischen Strategie werden Kultureinrichtungen bei der Vernetzung aller Akteure in hohem Maße eingebunden. Insbesondere über die Rad- und Wasserwegesysteme, in denen die historischen Stadtkerne eine zentrale Funktion besitzen, ist eine landesweite Wabenstruktur entstanden, die es auch kulturellen Einrichtungen ermöglicht, sich in ein touristisches Gesamtangebot einzubinden. Die Zusammenführung touristischer Profilthemen zu typischen brandenburgischen Produkten und Erlebniswelten ist Bestandteil der Markenstrategie des Landes Brandenburg, die durch die Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH gesteuert und gemeinsam mit den touristischen Akteuren in den Regionen durchgeführt wird. So gibt es Verknüpfungen wie Kultur und Aktiv (vor allem im Radtourismus) oder Kultur und Natur. Durch Verknüpfungen mit weiteren Angeboten ergibt sich für Kulturanbieter die Möglichkeit, ihr Zielgruppenspektrum auszuweiten und somit die eigenen Potenziale besser zu nutzen. Sie steigern die Attraktivität ihres Angebots für mehr und neue Gäste. Durch diese Verknüpfungen steigen auch die Chancen, nicht nur ausgesprochene Kulturliebhaber zu interessieren. Die Vernetzung und Ertüchtigung von Kultureinrichtungen und ihrer Angebote für den touristischen Markt ist ein zentraler Punkt der Tourismuspolitik der Landesregierung. Mit der Brandenburgischen Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH – als Zusammenschluss des Hauses der Brandenburgisch-preußischen Geschichte und von Kulturland Brandenburg – hat die Landesregierung 2014 ein Instrument geschaffen, das genau auf diese Netzwerke innerhalb der Kultur- und Museumslandschaft zielt. Hier werden aber nicht nur Kooperationen zwischen Kultureinrichtungen initiiert, sondern ganz bewusst auch touristische Partner und mittelständische Unternehmen in die Projekte mit einbezogen. Gleiches gilt für das Netzwerk „Kulturfeste“, das sich vor allem dem Dachmarketing von ausgesprochen tourismusaffinen Kulturveranstaltungen verschrieben hat. Auf regionaler Ebene ist die Landesregierung bestrebt, kultur-touristische Netzwerke weiter zu initiieren bzw. nach Maßgabe ihrer Möglichkeiten

und Zuständigkeiten auch zu fördern. Geplant ist etwa, innerhalb der neuen ESF-Förderperiode 2014-2020 im Rahmen des Programms „Kompetenzentwicklung in Kultur und Kreativwirtschaft“ auch modellhafte Vernetzungsprojekte im Kulturtourismus zu fördern. Zudem soll das Regionalmanagement befördert werden, das die Kooperationen zwischen kulturellen und touristischen Dienstleistern einer Region veranlasst, entwickelt und mit weiteren Politik- und Wirtschaftskreisläufen vernetzt.

Frage 5: Wie sind die kommunalen Vertreter vor Ort eingebunden und ist dabei eine flächendeckende Vernetzung gewährleistet?

zu Frage 5: Die Landesregierung hat keinen direkten Einfluss auf die Arbeit der Kommunalvertretungen in Bezug auf den Kulturtourismus. Es ist festzustellen, dass in den Reisegebieten Brandenburgs Kulturtourismus je nach kulturellen und touristischen Potenzialen und Schwerpunkten eine unterschiedliche Rolle spielt. Manche Reisegebiete und Kommunen haben einen ausgeprägten Schwerpunkt im Kulturbereich, in anderen ist der Kulturtourismus noch eher nachgeordnet.

Die meisten Reisegebiete haben sich in der Vergangenheit aber schon kulturtouristisch profiliert. Die Veränderung der kulturpolitischen sowie touristischen Rahmen- und Marktbedingungen liefert inzwischen Anlass, die Potenziale neu zu bewerten. Dafür gilt es, auf lokaler und regionaler Ebene gemeinsam mit Kulturanbietern und Touristikern folgende Fragen zu klären:

- Welche Kulturangebote haben vor dem Hintergrund der aktuellen Marktbedingungen welche Bedeutung (lokal, (über-)regional)?
- Wie können diese optimal in die touristische Vermarktung des Ortes, Reisegebietes bzw. in das Landesmarketing integriert werden?
- Wo liegen kulturelle Schwerpunkträume und herausragende Kulturorte?
- Welche kulturellen Themen vor Ort (auch Traditionen, Brauchtum, historische Persönlichkeiten o. ä.) können als Grundlage für die Entwicklung von Angeboten und Programmen dienen?

Die Landesregierung unterstützt diesen Prozess etwa mit der Landestourismuskonzeption oder dem „Leitfaden Kulturtourismus“. Ziel ist es, den kommunalen Akteuren allgemeingültige Handlungsempfehlungen zu vermitteln, die in der täglichen Praxis helfen, den Kulturtourismus weiter zu entwickeln und zu stärken. Dazu zählen auch Maßnahmen, wie

- die Erarbeitung einer gemeinsamen Strategie zur Weiterentwicklung des Kulturtourismus in der Kommune/Region
- die Implementierung dieser Strategie in die regionalen kulturpolitischen oder touristischen Leitlinien
- die Entwicklung einer effektiven Organisationsstruktur zur Umsetzung der definierten Projekte
- der Aufbau, die Unterstützung und Begleitung von regionalen kulturtouristischen Netzwerken sowie die Förderung kulturtouristischer Projekte im Rahmen der Möglichkeiten
- die Beratung der Akteure hinsichtlich der Akquise weiterer Ressourcen
- die Lobbyarbeit für die kulturtouristischen Akteure und Partner im politischen Raum
- die Initiierung kommunaler und regionaler Verbundprojekte im Kulturtourismus
- Die Unterstützung der kulturellen Akteure vor Ort bei der Teilnahme an landesweiten kulturtouristischen Kooperationsprojekten
- Qualifizierungsmaßnahmen im Kulturtourismus, damit Kulturveranstalter und Touristiker das notwendige Markt- und Fachwissen aufbauen, um kulturtouristische Angebote erfolgreich entwickeln und vermarkten zu können

Frage 6: Wie bewertet die Landesregierung die bisherige Vernetzung? Gibt es hier Verbesserungsbedarf?

zu Frage 6: Wie schon in den Antworten auf die Fragen 3,4 und 5 beschrieben, ist die Vernetzung kultureller und touristischer Leistungsträger im überregionalen, regionalen und lokalen Raum ein Schwerpunkt der Kultur- und Tourismuspolitik der Landesregierung. Die Landesregierung hat deswegen in den vergangenen Jahren unter anderem die dargestellten Maßnahmen ergriffen, um die Vernetzungsprozesse im Land weiterzuentwickeln und zu fördern. Damit ist bereits ein beachtliches Niveau erreicht. Ziel ist es vor allem, die touristisch relevanten Angebote als ein Gesamtangebot wahrnehmbar zu machen.

Frage 7: Wie hoch war der prozentuale Anteil des Kulturtourismus an der gesamten Tourismusförderung des Landes?

zu Frage 7: Eine explizite Förderung des Kulturtourismus ist statistisch nicht auszuweisen. Die Förderungen des Landes in diesem Bereich gehen jeweils anteilig in Kulturprojekte und –Einrichtungen sowie in Maßnahmen der Struktur- und Wirtschaftsförderung einzelner touristischer Unternehmen.

Frage 8: Gibt es Schwerpunkte bei der Förderung des Kulturtourismus?

zu Frage 8: Der Landesregierung geht es bei der Förderung des Kulturtourismus in erster Linie um die Verbesserung der Rahmenbedingungen im Land Brandenburg, die der Entwicklung und Vermarktung kulturtouristischer Produkte insgesamt dienen. Schwerpunkte sind hierbei:

- Inhaltliche/strukturelle Förderung von Kulturträgern mit Orientierung auf touristische Zielgruppen,
- Vernetzung zwischen kulturellen und touristischen Leistungsträgern befördern,
- Profilierung und Professionalisierung der kulturtouristischen Vermarktung im Land (Dachmarken-Marketing),
- Steigerung der touristischen Servicequalität und Qualifizierung von Kultureinrichtungen (Stichwort „Service Q“)
- kulturtouristische Qualifizierung für Künstler und Kultureinrichtungen
- Kommunikation und Etablierung neuer Plattformen zur Vermittlung des „Leitfadens Kulturtourismus“
- BKG, Kulturland und Kulturfeste als Instrumente (Netzwerker) für den Kulturtourismus weiter stärken
- Initiierung neuer kulturtouristischer Themen und Angebote für die Regionen
- Dachmarketing zu touristischen Kulturthemen mit der TMB profilieren

Frage 9: Welche kulturellen Einrichtungen oder Veranstaltungen erachtet die Landesregierung für besonders wichtig für den Tourismus in Brandenburg?

zu Frage 9: Die Landesregierung erachtet vor allem jene Kultureinrichtungen und -veranstaltungen als besonders wichtig für den Kulturtourismus, die neben den künstlerischen auch touristische Anforderungen erfüllen und damit zur Wertschöpfung beitragen. Beispiele - vgl. Frage 3.